

三农瞭望

让农村公路成为乡村振兴“加速器”

家门口的幸福,起于阡陌交通。近日,国务院公布《农村公路条例》(以下简称《条例》),我国农村公路领域迎来首部行政法规。《条例》把“四好农村路”建设以法规形式固定下来,是乡村振兴的重大利好。落实《条例》精神,要让农村公路与乡村产业同频共振,推动其从出行工具向产业载体升级,实现从交通线到发展线的跨越。

水电路气房是农村基础设施的“五大件”。其中,路即农村公路,包括县道、乡道和村道。如果说城市公路是动脉,那么一条条农村公路犹如静脉和毛细血管,同样不可或缺。随着打赢脱贫攻坚战,不让任何一地因交通而掉队,我国已历史性解决了农村地区出行难问题。不过,农村公路发展依然相对滞后,还不能满足农业农村需要,依然是城乡发展不平衡的重要表现。这就要求把农村公路发展放在服务城乡融合发展和推进乡村振兴中来谋划。

“道如网,百业兴”,公路之于农村,价值不仅在于通达,还在于赋能。当前,农村公路覆盖近5亿农村常住人口,县道沟通城乡、乡道往来交织、村道抵户连户,为农村带来了人气、财气。农村公路不仅涉及人员流

农村公路正经历由“通”到“畅”再到“好”的转变。既要

把农村公路建好,更要管好、护好、运营好,让农村公路成为乡村振兴的加速器,将公路建设与产业发展、民生改善深度融合。

动、货物流通,更是盘活农村资源、释放乡村活力的引擎。无论是推动农产品产销对接,还是促进农村消费升级,抑或是发展农村新产业新业态,都离不开“四好农村路”。这意味着,既要

把农村公路建好,更要管好、护好、运营好。

相较城市公路,农村公路长期以来存在重建轻养、资金短缺、责任虚化等痛点,特别是技术等级总体偏低,路网质量有待提升,管理养护短板较多,服务功能需要拓展。《条例》围绕提高农村公路路网质量、加强管理养护、提高运营水平、强化安全保障等方面完善制度设计。一大亮点是,对村道建设管护作出专门规定,弥补了以往法律法规对村道规定的不足。《条例》是送给亿万农民的大礼包,为补齐农村交通设施短板提供了法规依据和刚性支撑。

农村公路正经历由“通”到“畅”再到“好”的转变。要让农村公路成为乡村振兴的加速器,将公路建设与产业发展、民生改善深度融合。

农村公路建设需兼顾实用性

与人文关怀,以解决群众急难愁盼问题为牵引,当务之急是靶向建设产业路。例如,在特色林果区修建产业便道,方便产品运输;在民宿集群周边拓宽路面,对接旅游需求。同时,加快建设民生路。路通了,还要联动覆盖相关公共服务,公路延伸到哪里,公交、物流、电商服务就跟进到哪里。例如,要引导快递企业在村级公路沿线设点,实现“快递进村”全覆盖。总之,通过产业路、民生路打通资源路、要素路,助力交通与产业、民生协同振兴。

农村公路是乡村建设的重要方面,同样要遵循乡村建设的一般规律。这就要充分

考虑不同地区、不同类型乡村的阶段特征以及客观条件,差异化制定目标,使农村公路与区域经济发展、乡村产业布局、农民出行需求相适应。按照“宜宽则宽、宜窄则窄”的原则,合理确定建设标准,节约集约用地,强化生态保护。立足各地差异,顺应人口变化和产业规律,探索适合不同地区的农村公路发展模式,促进农村公路助力乡村产业提质增效。农村公路“三分建、七分养”,还要创新多元养护组织模式,推行“路长制+村民参与”等机制,调动农民积极性。

期待农村公路更加舒适、安全、耐久,道路通达,加快促进农业兴、农民富、农村美。



治理低俗还直播健康生态

雷雨田

随着通信技术持续迭代、受众快速增长,网络直播类别不断扩容,从早期的电竞观赏、歌舞表演、猎奇吃播等,逐步拓展到直播带货、线上授课等领域,经济属性渐趋增强,市场规模持续攀升,社会影响力与日俱增,网络直播以蓬勃的生命力深刻影响着经济社会,成为不可忽视的时代现象。

统计显示,2024年我国网络表演(直播)行业市场营收规模达2126.4亿元;截至去年12月,网络直播用户规模达8.33亿人。网络直播这片数字沃土在滋养创新的同时,也滋生着“流量向善”的乱象——部分直播间正沦为低俗内容的温床,形成“劣币驱逐良币”的市场困局。当网络黑色产业链在“流量为王”运营逻辑的驱使下,以擦边、低俗收割短期利益时,将危害网络直播行业的长远发展。

治理低俗乱象,意义绝不仅限于净化网络空间、构建绿色网络文化等社会层面,其还是筑牢网络直播业态发展根基、更好释放经济价值的必然选择。打破低俗依赖,推动高水平创新。低俗内容挤压创新空间,需要常态化开展网络直播内容治理,从而倒逼平台重视技术创新,持续优化AI审核系统等功能,助推行业发

展提质增效;还将倒逼主播深耕内容创新,摒弃擦边捷径,转向从更高质量的信息、知识中挖掘经济价值。

净化市场环境,促进直播间消费。网络直播行业放任低俗泛滥,无异于自毁品牌形象、破坏市场秩序,无益于构建消费者对网络直播业态的信任与依赖。治理低俗直播,是改善市场环境、重塑用户信任、拉动内需消费的必由之路。当直播间成为理性消费场所,高品质消费需求才能得到真正释放。

重塑职业尊严,实现高质量就业。低俗内容为主播贴上“擦边”“暧昧”的职业标签,阻碍了高素质专业人才进入行业。通过治理肃清行业风气,转变“低俗”与“流量”挂钩的畸形逻辑,在帮助主播转型为专业技能者的同时,也提高了网络直播行业吸引力,使其成为吸纳就业的“倍增器”。

健康生态才是持续繁荣的基石。加强治理、祛除低俗绝非束缚创新,而是引导网络直播业态告别野蛮生长,走上有序发展的康庄大道。当技术创新助推产业升级,当优质内容激活品质消费,当就业通道向劳动者敞开,网络直播行业才能实现高质量发展。

返乡参加宴席,发现席上菜肴多为预制菜,“预制菜”占领“农村宴席”的新闻近日登上热搜。相关数据显示,近年来我国预制菜产业高速扩张,2024年市场规模达4850亿元,同比增长34.2%;2025年上半年新增注册相关企业超8000家。在城市餐饮中逐步占有一席之地

的同时,预制菜正通过乡村宴席这一渠道快速拓展,折射出乡村社会消费习惯的变迁。

预制菜在部分县乡市场份额攀升,是多重因素共同作用的结果。经济效益是最重要的驱动力,相较于传统现做宴席,预制菜可降低40%左右的人力成本,“低成本全包”模式日益受宴席承办方青睐。乡村劳动力结构变化也是重要因素,随着大量农村青壮年外出务工,农村传统“邻里互助”模式难以维系,专业厨师短缺问题日益突出。供应链物流链的日趋完善则加速了这一进程,实现了预制菜从工厂到乡村餐桌的高效流转。

一系列相关政策的出台,为打通预制菜下乡进村之路注入强劲动能。2023年的中央一号文件明确提出,培育发展预制菜产业;商务部等9部门联合发布《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》,强调优化预制菜供应链布局,推动其向广大县乡村纵深辐射。在地方层面,广东、山东、湖南等农业大省相继出台专项扶持方案,从规范生产标准、强化冷链物流到设立“乡村预制菜推广示范点”,政策“组合拳”精准覆盖产业链关键环节。

然而,预制菜要真正扎根乡土、赢得村民长久青睐,仍需跨越几道关卡。其一,认知与信任壁垒亟待破除,村民对预制菜的卫生

预制菜下乡要过几道关

预制菜下乡,既要保障品质、提升品质,也要保障安全、提升安全。在品质方面,要严把原料关、生产过程关、检验检测关,确保预制菜品质稳定、安全可靠。在安全方面,要严把卫生关、冷链物流关、仓储运输关,确保预制菜在各个环节都能得到妥善保存,防止变质、霉变等问题的发生。同时,还要加强市场监管,严厉打击违法违规行为,维护市场秩序和消费者权益。

筑牢供应链基础,畅通进村“微循环”。推动县域冷链物流中心与乡村冷链节点建设,推广经济实用的移动预冷、小型冷库等设施。鼓励探索“统仓共配”模式,整合零散物流需求,优化配送路径,降低进村成本。支持“田头智慧小站”建设,实现农产品从采摘到预制加工环节的无缝冷链衔接,守护从田间到舌尖的鲜度与安全。

深耕乡土风味,打造适农“暖心菜”。企业应依托地方特色食材,打造蕴含乡愁记忆的地域菜品,推出符合农村饮食习惯的实惠套餐。严控配方,减少化学添加,以自然本味重建信任纽带。严格品质管理,依托大数据技术建立全链条追溯机制,完善从“农田”到“碗中”的透明化监管体系,确保村民买得放心、吃得安心。

培育消费市场,构建便捷“生活圈”。鼓励企业推出“惠民装”,降低农民消费门槛。增加预制菜的科学常识普及与选购指南,扭转认知偏差。将预制菜纳入乡村便民超市、村级综合服务社的常备货架,配套简易加热设备,让家门口的热饭热菜触手可及。



勾建山作(新华社发)

近日,市场监管总局曝光了一批质量领域“内卷式”竞争违法行为典型案例,包括生产不符合国家标准的室外健身器材产品,生产销售不符合国家标准的燃气灶具,生产销售不合格童装羽绒服,制售伪劣成品油等。这些案例的共同特点是企业忽视品牌、质量、技术竞争,为获取短期市场份额和利润,降低成本投入,以“低质”产品破坏市场公平竞争秩序。这些忽视品牌卷价格、牺牲质量卷成本、罔顾规则卷下限的恶性竞争行为,导致产品质量整体下滑,直接影响百姓消费权益,破坏行业长远健康发展生态。对此,一方面要加强质量安全监管,加大网售产品国家监督抽查力度,遏制假冒伪劣行为,守好质量安全底线;另一方面要提高市场准入门槛,加强助企服务,帮助企业提升产品质量,营造良性竞争市场环境。

(时 锋)

城市更新莫忘守护烟火气

纪芬叶 马亚敏

近段时间以来,逛菜场、赶市集重新成为一股潮流,好逛的新菜场频频引人打卡,各种“菜场地图”“市集寻宝图”形成了独具特色的城市标识。寻常巷陌升腾的烟火气,正成为城市生命最鲜活的注脚和城市文脉的“流量密码”。

日前召开的中央城市工作会议明确提出,“以推进城市更新为重要抓手”“走出一条中国特色城市现代化新路子”。而烟火气的存续恰是衡量更新成色、丈量城市温度的一个刻度,考验着城市治理的智慧。留住烟火气,城市更新才能接地气、有人气、提心气,城市发展才能有源源不断的活力。

然而很多时候,城市中的烟火气面临被冲淡的隐忧。一些更新项目盲目跟风,将街区改得千篇一律,地方韵味荡然无存;租金变化带来的商业生态调整,使一些承载记忆的老店面临转移或者退出,社区记忆的纹理随之裂开;政策设计常失之粗疏,或对小微商业扶持缺位,或对市井文化缺乏保护,令城市更新交响曲中的市井音符未能得到强化。城市更新应注重统筹规划、精耕细作,守住城市烟火气,厚植城市发展的人文底蕴与深层价值。

以空间活化焕新“烟火”,提升城市归属感。在城市迅速发展的今天,不管其如何更新,共同的文化记忆和文化情感不能丢失。通过创意设计,对商场、厂房等物理空间进行更新改造,既能存续市井生活网络,又能重构文旅消费时空场景。例如,上海田子坊改造初期,刻意保留老裁缝店、小杂货铺,使艺术空间与原生烟火共生共荣;长沙超级文和友利用一座现代化的商厦空间,将城市中消失的文化记忆和场景进行情景式再现,复刻出七八十年代老长沙的生活场景。在城市更新规划中,应鼓励利用边角地等“城市剩余空间”,以灵活方式孵化手工艺坊等微型烟火载体,使城市褶皱处充满暖意、吸引客流、塑造口碑。

以文化遗产传承创新点亮“烟火”,增强城市文化魅力。文化遗产是城市烟火气的精神根系,不只是历史文化建筑、非遗技艺,更是城市的整体活态文化基因,能转化为支撑城市可持续发展的文化资本与经济动能,要用整体性、系统性思维与城市更新相融合。例如,各地的非遗美食技艺承载着城市烟火气息和传说故事,不仅成为舌尖上的诱惑,更是感知不同城市文化的独特路径,吸引

游客驻足消费。绍兴黄酒创新推出的沉浸式酒宴将非遗融入现代消费场景,通过“技艺传承+场景再造”的模式,催生出一条覆盖食材种植、手作体验、品牌衍生的产业链;“唐山宴”则让美食技艺找到新的时尚消费空间。城市更新过程中应加强城市文化遗产的传承创新,让其在新的场景和业态中获得新的生命力,让文化遗产在守护与创新中持续为城市发展赋能。

以治理创新升腾“烟火”,提高城市凝聚力。在城市更新中守护烟火气,意味着城市治理理念的深刻改变:城市更新不是物理空间的简单翻新,而是以空间改造释放民生福利;也不是单一的建设行为,而是要通过居民、商户、专家、城市建设者和运营者共商共治,让更新更精准、更有人情味。例如,北京前门街道以“居民的事居民议、居民的事居民定”的“小院议事厅”模式,探索出商居共荣新样板,既守护了街巷的烟火气,更将其转化为凝聚人心、优化治理的“黏合剂”。守护烟火气的深层逻辑在于从民生需求中寻找更新之源,更在于通过多元共治激活城市的内在凝聚力与治理软实力,走出一条有温度的城市更新之路。

要把市场机遇、财税支持

与优质服务保障结合起来,进一步增强对外资的吸引力。“看多”“看涨”中国市场,仍是国际社会广泛共识。

财政部、国家税务总局、商务部近日联合发布《关于境外投资者以分配利润直接投资税收抵免政策的公告》。按照公告,境外投资者以中国境内居民企业分配的利润,在2025年1月1日至2028年12月31日期间用于境内直接投资符合条件的,可按照投资额的10%抵免境外投资者当年的应纳税额,当年不足抵免的准予向以后结转。这一政策有助于减轻境外投资者持续投资境内相关企业的税费负担,有助于多渠道培养“耐心资本”“长期资本”,更好促进外资企业在我国发展。

朱丹

数据显示,多年来,外资企业贡献了我国1/3的进出口,1/4的工业增加值、1/7的税收,创造了3000多万个就业岗位;2013年至2023年,规模以上外资工业企业研发投入增长86.4%,有效发明专利数增长336%。近年来,面对复杂严峻的国际环境,我国实际使用外资金额有所下降,但通过持续优化税收营商环境,可以发挥稳外资的积极作用,有利于塑造“投资中国”品牌。

我国持续出台一系列面向外资的税收优惠政策,加大引资稳资力度。相较以往政策,此次“留利再投”的公告与税收抵免直接挂钩,同时对投资领域和持有期限作出适当限定。此举直接降低了企业成本,更好地激励外资再投资力度,还可能吸引更多高质量外资,以支持产业结构升级。数据显示,仅2024年享受递延纳税政策的外商在华再投资金额就达到1622.8亿元,同比增长15%。此次政策出台后,有望进一步增强对外资吸引力,促进其在华投资。

这一税收抵免政策只是稳外资政策中的一项。实际上,长期以来我国一直坚持以政策支持为外资提供更优质的营商环境、更广阔的市场机遇。2024年1月份,国家税务总局发布新版《稳外贸稳外资税收政策指引》,仅鼓励外商投资的税收政策就达到32项。我国还深度参与国际税收治理,积极加强多边税收合作平台建设,不断营造良好的国际税收环境。今年2月份,国务院办公厅转发商务部、国家发展改革委制定的《2025年稳外资行动方案》,从稳存量、提质量、优环境、增预期等方面,再次释放了我国扩大高水平对外开放的积极信号,有效提振外商投资信心。例如,海南省推出“税路通·跨海行”跨境税费服务品牌,有力促进引资,近年利用外资额超过过去30年之和,正成为吸引外资的一片热土。

在世界经济复苏动能不足、不确定性增多背景下,全球投资格局加速重构,我国利用外资同样面临严峻挑战。近年来,全球范围外商直接投资规模持续走低,我国实际使用外资规模也在一定程度上呈现高位回调趋势。受多种因素影响,外企在华整体盈利水平虽然较为可观,但近年来利润增速出现下滑。下一步,要切实把握市场机遇,财税支持与优质服务保障结合起来,进一步增强对外资的吸引力。“看多”“看涨”中国市场,仍是国际社会广泛共识。

在持续优化税收营商环境基础上,既要有硬举措,又应有软服务,让更多外资“愿意来、留得住、发展好”。着力落实系列税费优惠政策,以硬举措为外资带去“真金白银”支持,助力外资开拓新市场、培育新动能。继续以税收大数据分析、沟通调研为引擎,聚焦外资企业急难愁盼事项,落实好现有优惠政策,并根据形势及时储备、出台新政策。加强软服务、精准对接外资需求、降低制度性交易成本,让企业在全生命周期享受到高效便捷的服务。要进一步及时回应企业诉求,确保政策送上门、政策找准人,实现政策红利精准落袋。

还要持续加强数字赋能、部门协同,推进关联事项集成办、政策服务免申办等,进一步创新服务举措,持续优化税收营商环境。推动税务部门与商务、海关等部门数据共享和统筹协调,整合、提升和创新服务。例如,江苏省税务部门推出“网上办”“预约办”“容缺办”等举措,优化退税流程、提高退税效率,提升了外企满意度。各地也可针对外资企业因地制宜创新区域税费服务品牌,积极融入地方发展大局,主动为高质量引资注入强劲动能。

(作者系中国社会科学院大学副教授)